

**Стратегии адаптации иностранных студентов Финансового университета при
Правительстве РФ в условиях столичного мегаполиса (результаты
эмпирического исследования)**

Научный руководитель – Воеводина Екатерина Владимировна

Гимадеева Карина Романовна

Студент (бакалавр)

Финансовый университет, Факультет социальных наук и массовых коммуникаций,
Москва, Россия

E-mail: 222901@edu.fa.ru

В условиях глобализации и роста международной образовательной мобильности проблема социальной адаптации иностранных студентов в пространстве крупного мегаполиса становится особенно актуальной. Город выступает не только как физическая среда обитания, но и как сложное социальное пространство, которое задает рамки для формирования городской идентичности, социальных связей и стратегий повседневного поведения. Целью исследования является выявление и типологизация стратегий социальной адаптации иностранных студентов 1-4 курсов в условиях столичного мегаполиса с учетом культурных и социально-экономических факторов.

Теоретико-методологической основой исследования послужили концепции социальной адаптации и аккультурации (И.С. Кон, Л.В. Корель, Т. Парсонс, Дж. Берри), теория социального капитала (П. Бурдьё, М. Грановеттер), а также урбанистические подходы к анализу городской идентичности и социального пространства (Р. Парк, Э. Берджесс, Р. Ольденбург, М. Кастельс). В качестве дополнительного аналитического инструмента используется типология культур Р. Льюиса (моноактивные, полиактивные и реактивные культуры). Эмпирическая база исследования включает материалы неструктурированных глубинных интервью с иностранными студентами и результаты контент-анализа их медийных практик. По результатам анализа была сформирована типология респондентов по уровню адаптации и экономической устойчивости:

1. "Городские космополиты" - студенты с высокой адаптацией и ярко выраженной интеграционной стратегией.
2. "Функциональные ассимилянты" - респонденты, формально вовлеченные в городскую и образовательную среду, со слабой городской идентичностью.
3. "Культурные резервуары" - студенты, ориентированные на сегрегацию и внутригрупповую солидарность.
4. "Маргинализированные одиночки" - респонденты с низким уровнем адаптации, социальной интеграции и экономической стабильности.

Исследование подтвердило основную гипотезу о том, что тип культуры-донора влияет на выбор стратегии адаптации иностранных студентов в мегаполисе. Было выявлено, что студенты из полиактивных культур с большей вероятностью реализуют стратегии интеграции, представители моноактивных культур склонны к ассимиляции, а студенты из реактивных культур склонны к сегрегации или маргинализации. Кроме того, было установлено, что уровень социально-экономического капитала влияет на успешность адаптации: наличие ресурсов снижает риски социальной изоляции и укрепляет практику интеграции. Полученные результаты могут быть использованы при разработке университетских адаптационных программ для иностранных студентов, ориентированных на учет культурных различий, развитие социальных связей и снижение рисков маргинализации в городской среде.

Источники и литература

- 1) Кон И.С. Социология личности. — М. : Политиздат, 1967. — 383 с.
- 2) Корель Л.В. Социальная адаптация личности: сущность, механизмы, факторы. — Новосибирск: Наука, 1995 — 176 с.
- 3) Маркова С.Д. Аккультурация: к теории вопроса // Современные научные исследования и инновации. 2015. № 12.
- 4) Николаев В. Г. Парк Р. Э. Город: предложения по исследованию человеческого поведения в городской среде. (перевод с англ). // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 11, Социология: Реферативный журнал. 2012. №1.
- 5) Позднякова О. В. Социальная адаптация как стадия социализации личности // Социально-экономические явления и процессы. 2011. №5-6.
- 6) Птицына С. С. Теория сетевого общества М. Кастельса: теоретикосоциологический анализ // Всероссийский журнал научных публикаций. 2011. №3 (4).
- 7) Бурдые П. Формы капитала // Экономическая социология. 2002. №5.
- 8) Грановеттер М. Сила слабых связей // Экономическая социология. 2009. №4.
- 9) Льюис Р.Д. Деловые культуры в международном бизнесе. — М.: Дело, 2001 — 434 с.
- 10) Ольденбург Р. Третье место: кафе, кофейни: книжные магазины: бары, салоны красоты и другие места «тусовки» как основа сообщества/ Рэй Ольденбург; перевод с английского А.Широкановой — М. Новое литературное обозрение, 2014. — 456 с.
- 11) Парсонс Т. Социальная система/ пер. с англ. — М.: Академический проспект, 2002 — 832 с.

Иллюстрации



Рис. : Типологизация информантов.